

КАЗАХСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ им. аль-Фараби
Факультет журналистики
Кафедра Издательско-редакторского и дизайнерского искусства

Задания на лабораторные работы
по дисциплине
«Национальные орнаменты в дизайне»

Лабораторная 1. Показать важность выстраивания системы корпоративных коммуникаций.

Максимальный балл: 10

1. Дайте определение внутренней общественности.
2. Соотнесите ресурсы и долгосрочные стратегии организации.
3. Расшифруйте категорию корпоративной идентичности.
4. Выявите возможность кристаллизации аудитории.
5. Расскажите, кто входит во внутреннюю аудиторию холдинга «Тепличное хозяйство».

Лабораторная 2. Распределить стадии мотивации и формы ее поддержки.

Максимальный балл: 10

1. Объясните цель и подцели мотивации внутренней общественности.
2. Определите общую систему принципов мотивации.
3. Покажите различие между формами и видами мотивации.
4. Трансформируйте коммуникационные возможности в коллективные мотивационные мероприятия.
5. Продемонстрируйте, как через коммуникационные средства определить уровень мотивации коллектива «Поликлиника широкого профиля».

Лабораторная 3. Обобщить элементы корпоративной культуры.

Максимальный балл: 10

1. Охарактеризуйте пять видов корпоративной культуры, предложенных Дж. Кингом, Д. Логаном и Х. Фишер-Райтом.
2. Дифференцируйте типы корпоративной культуры согласно исследований Э. Шейна.
3. Объясните важность визуализации корпоративной культуры.
4. Рассмотрите изменение в типах корпоративной культуры, формирование цифровой корпоративной культуры.
5. Презентуйте устойчивые формы корпоративной культуры на заводе «Медь».

Лабораторная 4. Разработать механизмы трансляции и поддержки миссии организации.

Максимальный балл: 10

1. Назовите дефиницию миссии организации на основе трудов американских исследователей М. Мескона, М. Альберта, Ф. Хедоурии и создайте собственные вариации.
2. Обоснуйте, что нужно учитывать при формировании видения компании.
3. Продемонстрируйте особенности создания ценностей компании.
4. Подготовьте график учета влияния миссии и ценности организации на производственные процессы.
5. Сформулируйте и презентуйте миссию инжиниринговой компании «Проектирование».

Лабораторная 5. Выделить направления создания устойчивых внутренних коммуникаций.

Максимальный балл: 10

1. Укажите основные цели позиционирования.

2. Исследуйте формы перепозиционирования.
3. Объясните схемы расширения и перехода в другие сегменты рынка организации.
4. Перечислите принципы укрепления позиции фирмы через коммуникации.
5. Предложите схему позиционирования агентства по продаже билетов на культурно-массовые события «Кассир».

Лабораторная 6. Дифференцировать каналы трансляции корпоративной информации.

Максимальный балл: 10

1. Рассмотрите статус корпоративной информации.
2. Проявите важность постоянной циркуляции в информационном поле организации.
3. Ранжируйте каналы распространения информации в организации.
4. Покажите классические формы актуализации корпоративной информации.
5. Дайте оценку функциональности корпоративной информации холдинга «Соки».

Лабораторная 7. Показать особенности газет и журналов для внутренней аудитории.

Максимальный балл: 10

1. Обозначьте средства корпоративной прессы согласно классификации российского исследователя Д.А. Мурзина.
2. Составьте карту присущих только корпоративным газетам и журналам признаков.
3. Выявите возможности корпоративного журнала служить методическим и развлекательным ресурсом.
4. Подискутируйте, почему в корпоративных СМИ нет рекламы.
5. Напишите системы рубрик корпоративной газеты «Металлургический комбинат».

Лабораторная 8. Раскройте потенциал корпоративных каналов.

Максимальный балл: 10

1. Представьте характеристики внутреннего радио.
2. Опишите специфику корпоративного телевидения.
3. Определите уровни доступа к корпоративному вещанию.
4. Подготовьте схему организации корпоративного вещания через интранет.
5. Разработайте сетку вещания для корпоративного телевидения фабрики «Переработка овощей».

Лабораторная 9. Определите механизмы поддержки корпоративного сайта.

Максимальный балл: 10

1. Спланируйте сочетание текстовых и графических элементов на корпоративном сайте.
2. Найдите взаимосвязь между многофункциональностью корпоративного сайта и потребностями целевой аудитории.
3. Объясните значение корпоративного сайта как ядра внутреннего PR.
4. Объясните феномен бортовых журналов для пассажиров.
5. Проведите исследование, кто является пользователями корпоративного сайта банка «Красный».

Лабораторная 10. Дайте прогнозы применения во внутреннем PR мобильных приложений.

Максимальный балл: 10

1. Обозначьте функционал корпоративного мобильного приложения.
2. Создайте принцип повышения мотивации сотрудников через мобильное приложение.
3. Покажите возможности акцентирования при использовании мобильных средств решения производственных проблем.

4. Градируйте преимущества корпоративных мобильных приложений.
5. Подготовьте сценарий тимбилдинга для работающих удаленно сотрудников компании «Бухгалтерские услуги» с помощью мобильного приложения «Комек».

Лабораторная 11. Рассмотреть специфику эвентов в коллективах.

Максимальный балл: 10

1. Перечислите виды корпоративных мероприятий.
2. Ранжируйте на основе рекомендаций российских исследователей А. В. Кочетковой, М. В. Гундарина публичные мероприятия для внутренней общественности.
3. Продемонстрируйте поддержание командного духа через корпоративные праздники.
4. Укажите на типовые ошибки при организации массовых эвентов в коллективах.
5. Скомбинируйте приемы воздействия на обучающем семинаре компании «Медицинские услуги».

Лабораторная 12. Покажите методы сплочения команды.

Максимальный балл: 10

1. Расскажите историю появления тимбилдинга.
2. Аргументируйте, в каких случаях проводятся мероприятия по сплочению коллектива.
3. Прокомментируйте форматы тимбилдинга.
4. Составьте корреляцию уменьшения сменяемости сотрудников после мероприятий по командообразованию.
5. Разработайте сценарий «Тимбилдинг сотрудников оператора сотовой связи».

Лабораторная 13. Найти варианты поддержания фирменного стиля внутри организации.

Максимальный балл: 10

1. Укажите общие принципы подхода в создании стиля.
2. Исследуйте важные элементы фирменного стиля.
3. Сравните феномен идентичности и фирменный стиль.
4. Докажите возможность воплощения в элементы фирменного стиля ценностных установок.
5. Предложите логотип фирмы «Экопродукты».

Лабораторная 14. Исследовать элементы внутреннего имиджа.

Максимальный балл: 10

1. Укажите целевые группы, воспринимающие имидж компании.
2. Выскажите мнение, почему имидж должен быть оригинальным.
3. Предположите, как отстройка имиджа ограждает от конкурентов.
4. Перечислите, какие действия вредят имиджу.
5. Создайте концепцию внутреннего имиджа организации охранное агентство «Барс».

Лабораторная 15. Дайте обоснование принципам определению успешности внутреннего PR.

Максимальный балл: 10

1. Определите важность точной доставки сообщения адресату.
2. Охарактеризуйте качественные способы оценки эффективности внутренней коммуникации.
3. Сделайте обзор оценки эффективности мероприятий в связях с общественностью.
4. Покажите, как использовать вторичные данные всех структурных подразделений организации для определения успешности внутренних коммуникаций.
5. Проведите SWOT-анализ внутренних коммуникаций компании «Страхование».

Методические указания к лабораторным работам

Цель: Создание у обучающихся целостного представления о принципах формирования внутреннего PR и средствах коммуникативного воздействия в организациях.

Задачи:

- а) выделить критерии основных средств корпоративной идентичности и информационных инструментов;
- б) освоить средства нематериальной мотивации сотрудников;
- в) научиться использовать корпоративные медиа, в т.ч. на основе цифровых технологий.

План лабораторной работы

Ознакомьтесь с основной и дополнительной литературой, используйте учебники для подготовки тем лабораторных работ, интернет.

Используйте для иллюстрации теоретического материала яркие примеры из отечественного и зарубежного опыта.

Результаты анализа конкретных заданий можно представлять в виде презентаций до 5 минут.

В ответах можно использовать гипотезы и эксперименты по основным направлениям PR-деятельности.

Оценка за лабораторные работы

№	Тема	Баллы
1.	Показать важность выстраивания системы корпоративных коммуникаций	10
2.	Распределить стадии мотивации и формы ее поддержки	10
3.	Обобщить элементы корпоративной культуры	10
4.	Разработать механизмы трансляции и поддержки миссии организации	10
5.	Выделить направления создания устойчивых внутренних коммуникаций	10
6.	Дифференцировать каналы трансляции корпоративной информации	10
7.	Показать особенности газет и журналов для внутренней аудитории	10
8.	Раскройте потенциал корпоративных каналов	10
9.	Определите механизмы поддержки корпоративного сайта	10
10.	Дайте прогнозы применения во внутреннем PR мобильных приложений	10
11.	Рассмотреть специфику эвентов в коллективах	10
12.	Покажите методы сплочения команды	10
13.	Найти варианты поддержания фирменного стиля внутри организации	10
14.	Исследовать элементы внутреннего имиджа	10
15.	Дайте обоснование принципам определению успешности внутреннего PR	10

Список литературы

Основная

1. Альжанова А.Б. Связи с общественностью. - А., 2011.
2. Бердникова Э.Н. Внутрикorporативный PR и событийный маркетинг. - М., 2018.
3. Глумаков В.Н. Организационное поведение. - М., 2009.
4. Козлов В.В. Корпоративная культура. - М., 2009.
5. Колесников А.В. Корпоративная культура современных организаций. - М., 2018.
6. Маслов В.М. Связи с общественностью в управлении персоналом. - М., 2010.
7. Минаева Л.В. Внутрикorporативные связи с общественностью. - М., 2010.
8. Перскова Т.Н. Межкультурные коммуникации и корпоративная культура. - М., 2002.
9. Смирнова В.Г. Организационная культура.- М., 2014.
10. Фролов С.С. Связи с общественностью в работе фирмы. - М., 2010.

Дополнительная

1. Бусов В.И. Управленческие решения. - М., 2013.
2. Грачев А.С., Грачева С.А., Спирина Е.Г. PR-служба компании. - М, 2012.
3. Гринберг Т.Э. Коммуникационная концепция связей с общественностью. - М., 2012.
4. Жикин А. PR-поддержка внутренних изменений. - М., 2019.
5. Коротков Э.М. Антикризисное управление. - М., 2014.
6. Литвинюк А.А. Организационное поведение. - М., 2014.
7. Орехов С.А. Корпоративное управление. - М., 2008.
8. Пономарев Н.Ф. Связи с общественностью: социально-психологические аспекты. - СПб., 2008.
9. Прохоров Н., Сидорин Д. Управление репутацией в интернете. - М., 2017.
10. Ричи Ш. Управление мотивацией. - М., 2012.
11. Руденко А.М. Управление человеческими ресурсами. - Рн/Д., 2015.
12. Синяева И.М. PR в сфере коммерции. - М., 2012.
13. <https://www.pr.panor.ru> «Служба PR». Журнал
14. <http://ci-journal.ru> Корпоративная имиджология. Журнал о PR
15. <http://chuprina.kz> Коммуникационная компания «Чупрына&Партнеры»